

## Titulares

### Diseño en Aragón

- Diseño para competir desde Aragón. [[leer](#)]
- IV Edición programa de especialización en diseño de servicios. [[leer](#)]
- Airfal lanza la luminaria DustEx: Iluminación Eficiente y Segura para Entornos ATEX. [[leer](#)]
- Bombón Kapuchino, de Manuel Aldao, segundo puesto en el concurso DPS al mejor bombón artesano de España. [[leer](#)]
- Certest y TÜV Rheinland, una sinergia de éxito [[leer](#)]
- Corona de Aragón vino oficial de la asociación de hoteles de Zaragoza y provincia para promocionar la garnacha en 2025. [[leer](#)]
- Diez años de Care Nouveau apostando por la creatividad de los diseñadores. [[leer](#)]
- Diseño e innovación al servicio de las pymes de Aragón: el CADI se afianza a base de formación, investigación y asesoramiento. [[leer](#)]
- La aragonesa Arantxa Ezquerro, mejor diseño de vestuario en cine en los premios Yvonne Blake. [[leer](#)]
- Nace el proyecto PROLEGARA para la producción y puesta en valor de legumbres singulares de Aragón. [[leer](#)]
- Nueva imagen de marca para Beonchip. [[leer](#)]
- Placas de inducción con extractor integrado. [[leer](#)]
- Shop&Roll pone en marcha un proyecto de economía circular para convertir residuos de las tiendas de Leroy Merlin en material educativo. [[leer](#)]
- Sillón Sentra para entorno Hospitalario y Geriátrico. [[leer](#)]
- Un tapiz de la Catedral de Cuenca se transforma en una maqueta táctil para personas con discapacidad visual. [[leer](#)]
- Zaporeak, un espacio gourmet único y funcional by HMY. [[leer](#)]
- Zaragoza sede de la Semana Europea de la Robótica. [[leer](#)]

### Comunidad Diseña

- Tolosana estrena nueva Imagen Corporativa y lanza su nueva marca "Trenzadas". [[leer](#)]

### Diseño Nacional e Internacional



- Cepsa es ahora Moeve, energía y movilidad sostenible. [\[leer\]](#)
- Diseñadora gallega crea la nueva colección de DS, inspirada en El Principito. [\[leer\]](#)
- El Art Directors Club of Europe anuncia los finalistas para los Premios ADCE 2024. [\[leer\]](#)
- El tren bala Hyperloop bate un nuevo récord al completar su viaje más largo de la historia. [\[leer\]](#)
- La revolución de las tiendas de campaña se fabrica en España. [\[leer\]](#)
- Nace en Elisava el primer grado en "Diseño para Sistemas Alimentarios" en España. [\[leer\]](#)
- Más de 200 propuestas solidarias en Designers for Valencia. [\[leer\]](#)

#### Eventos

- Formación. [\[leer\]](#)
- Concursos. [\[leer\]](#)
- Libros y publicaciones. [\[leer\]](#)
- Eventos. [\[leer\]](#)

CADI. CENTRO ARAGONÉS DE DISEÑO INDUSTRIAL  
JORNADA / 27 ENERO / 2025

# DISEÑO PARA COMPETIR DESDE ARAGÓN

explorar  
imaginar  
construir  
avanzar



Diseño para competir desde Aragón.



Mar Paños, Directora General de Promoción Industrial e Innovación del Gobierno de Aragón durante la jornada.



Algunos de los empare de la norma que se entregaron.

Diversos momentos de la jornada.

## Diseño para competir desde Aragón

El pasado 27 de enero tuvo lugar en la sede del Centro Aragonés de Diseño Industrial, perteneciente al Departamento de Presidencia, Economía y Justicia del Gobierno de Aragón, la jornada "Diseño para competir desde Aragón", liderada por Mar Paños, Directora General de Promoción Industrial e Innovación del Gobierno de Aragón.

La jornada comenzó con la bienvenida de Mar Paños que dió paso a la ponencia de Elena Bernia, asesora técnica del Centro Aragonés de Diseño Industrial, sobre el diseño como herramienta estratégica clave para la competitividad de las empresas. Continuó con una mesa redonda en la que participaron responsables de empresas aragonesas de distintos sectores que explicaron cómo el diseño se ha convertido en una herramienta estratégica clave para mejorar su competitividad tras incorporarlo a su estructura y sus procesos. Entre ellos se encontraban Jesús Tolosana, CEO Tolosana, que habló del "Diseño para la coherencia", Ana Féliz, directora comercial de Alcomobi, que centró su intervención en torno al tema "El diseño industrial como conector creativo y colaborativo" y Marta Bes, sales manager de BMC Maquinaria, que habló de "El diseño industrial, más que un embellecedor". Como moderador estuvo Luis Humberto Menéndez, jefe de Economía de Heraldo de Aragón.

A continuación, Carlos Yerro de AENOR, presentó la nueva Norma UNE 66184 sobre requisitos para la mejora del proceso de diseño en el marco de la Norma ISO 9001, desarrollada por iniciativa del CADI y que viene a plantear un lenguaje común para el ecosistema de I+D+i de Aragón en materia de diseño. Dicha presentación tuvo lugar en una nueva mesa redonda con el como vocal y junto a Javier Santacruz y vocales del grupo de trabajo que la han desarrollado.

Para finalizar, Mar Paños clausuró la jornada y se entregaron ejemplares de la misma a los 50 primeros inscritos que asistieron.

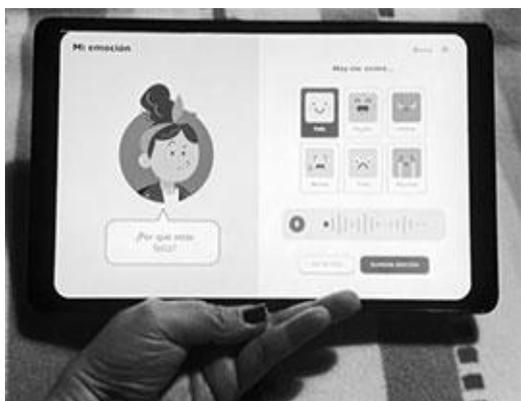
Cadi

[inicio] [titulares de grupo]





Participantes de la IV Edición del Programa al finalizar las presentaciones.



Participantes de la IV Edición del Programa trabajando en su proyecto.



Integrantes del equipo de Borda Matías.

## IV Edición programa de especialización en diseño de servicios

El programa de especialización en diseño de servicios es una experiencia formativa en la que abordar proyectos reales en equipo.

Esta cuarta edición del programa, como las tres anteriores, ha sido promovida y financiada por la Cátedra de Transformación Industrial de la Universidad de Zaragoza y el Departamento de Presidencia, Economía y Justicia del Gobierno de Aragón bajo la organización y dirección técnica del Centro Aragonés de Diseño Industrial.

### OBJETIVOS

Aportar herramientas y experiencias en diseño de servicios a diseñadores y diseñadoras de Aragón y a estudiantes egresados de titulaciones afines a procesos de diseño de servicios.

Colaborar en el desarrollo de un tejido de profesionales especialistas en nuestra comunidad autónoma que pueda abordar proyectos reales y operar en el mercado.

### CALENDARIO

El curso se ha celebrado en Zaragoza entre los días 17 y 20 de junio y del 4 de septiembre al 19 de diciembre de 2024 en modalidad presencial, con una duración de 325 horas lectivas.

### ENFOQUE EDUCATIVO

El programa del curso se ha basado en la metodología didáctica de aprendizaje basado en proyectos y el enfoque aprender haciendo. La carga de horas de trabajo práctico ha sido del 83%.

Para hacer esto posible se ha invitado a cuatro organizaciones o instituciones a que propusieran un tema o proyecto para que el alumnado pudiera abordar durante el curso.

Los cuatro proyectos que se han abordado han sido:

#### 1. BORDA MATÍAS

GRANJA familiar. Criamos distintas razas puras de ovino, caprino y bovino, con un manejo tradicional basado en el aprovechamiento de pastos en libertad siempre que es posible.

Integrantes equipo: Andrés Villoria, Carmen Gracia y Juan Domingo.

Tutora: Carolina López.

Tema inicial: conectar con esos consumidores comprometidos con la alimentación sana y sostenible y hacerles llegar nuestros productos saludables y con carácter propio, basados en un manejo tradicional, extensivo y respetuoso y en razas de ganado con gran identidad.

Proyecto: Comunidad Borda Matías

Un servicio que conecta a los usuarios con Borda Matías, y



Parte del proyecto del equipo Centro de profesorado María de Ávila.



Integrantes del equipo Cooperativa de mujeres.

entre ellos, generando ese sentimiento de comunidad. Genera confianza y facilita la experiencia de los usuarios y de Borda Matías. Lo hace a través de una comunidad de WhatsApp que conecta todas las ramas del servicio Borda Matías.

## 2. CENTRO DE PROFESORADO MARÍA DE ÁVILA

Los Centros de Profesorado territoriales son centros públicos dependientes del Departamento competente en materia de educación no universitaria encargados de la dinamización, planificación, innovación e investigación educativa, así como de la promoción del desarrollo de la formación del profesorado en todo el territorio aragonés.

Integrantes equipo: Santiago Viorreta López, Neus López Iturbe y Alba Ibáñez Monforte.

Tutor: Coca Rivas

Tema inicial: mejorar los servicios que ofrecemos a los centros educativos haciendo énfasis en analizar la detección de necesidades, y la comunicación, coordinación y evaluación de las acciones que realizamos.

Proyecto: Modelo formativo práctico basado en evidencias.

Características: sesiones con enfoque práctico, aplicación directa en el aula, retroalimentación y evidencias y acompañamiento continuado del mentor.

## 3. COOPERATIVA DE MUJERES

Su actividad se basa en la elaboración y venta online de productos y servicios relacionados con el tema de mujer, feminismo e igualdad de género. Además, apoyar y cofinanciar proyectos afines; editar publicaciones, informes, libros y revistas por medios impresos o digitales; organizar jornadas, exposiciones y eventos; y realizar formación presencial y online.

Integrantes equipo: Yasmina Mokhtari, Gemma Blanco y Carolina Mostajo.

Tutora: Ester Serrano.

Tema inicial: paquetizar en formato digital un taller similar a los que realizamos presencialmente para poder venderlo en nuestra tienda online, realizando un prototipo para poderlo testar

Proyecto: Feminismo km.0.

Es una experiencia lúdica que facilita la entrada en el universo de la cooperativa, a través de actividades online y presenciales, artefactos digitales y físicos, píldoras de contenido, incentivando la conversación y el debate entre mujeres para facilitar la entrada a nuevas usuarias que tienen ciertos pudores frente al tema e incentivar la autonomía y flexibilidad de uso.

## 4. RESIDENCIA MARÍA SORIANO

Las residencias para personas con discapacidad intelectual "MARIA-SORIANO", es un servicio de entidad privada, en el cual hay plazas concertadas, destinadas a prestar atención y

asistencia necesarias, así como a facilitar la convivencia y proporcionar la participación e integración social en el propio ámbito territorial de las residencias.

Integrantes equipo: Carol Jiménez, Paula Gimeno, Leticia González, Belén Trasobares y Eduardo Vea.

Tutor: Carlos Romero

Tema inicial: proporcionar una herramienta digital a los y las jóvenes para impulsar su autonomía y la comunicación con sus familiares y con los profesionales que les atienden, que además facilite la organización del centro.

Proyecto: Una metodología y herramienta que ayuda a los usuarios/as a trabajar y mejorar distintas áreas individualizadas de su desarrollo y autonomía a través de un avatar que refleja la apariencia del usuario y le motiva en la mejora de su estado emocional, su comportamiento y a alcanzar sus metas.

Un total de diecisiete personas fueron seleccionadas para cursar la especialización. Han comenzado todas ellas y finalizado el programa formativo catorce.

Con base a la observación y al resultado obtenido con la dinámica de evaluación que se realizó el día diecinueve de diciembre durante las presentaciones recogemos las siguientes áreas de mejora o ideas:

Respecto a la implantación de los proyectos.

- Se transmite que se haga más énfasis al principio del programa en la importancia de diseñar soluciones que se puedan implantar en el corto plazo, que tengan en cuenta los recursos de las organizaciones.
- Se interesan por conocer el siguiente paso en la implantación de las soluciones e incluso en poder participar en el proceso de implantación.

Respecto al calendario del programa.

- Se transmite la necesidad de adaptar el calendario (que se ha llevado a cabo en horario de tardes de 16:00 a 20:00 horas) a las necesidades de un profesional en activo.
- Adecuar los tiempos del programa con los tiempos del cliente.
- Se propone facilitar al cliente un calendario y planificación con las fases del proyecto y las fechas clave.

Se propone celebrar las siguientes sesiones.

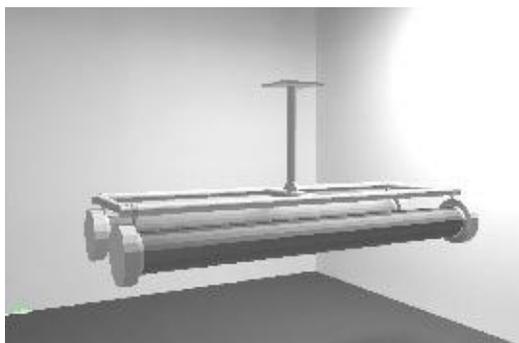
- Una visita o sesión previa con cliente antes de comenzar el proyecto.
- Charla inicial con antiguos alumnos del programa.

Cadi

[inicio] [titulares de grupo]



## Airfal lanza la luminaria DustEx: Iluminación Eficiente y Segura para Entornos ATEX



Nueva luminaria DustEx.



La luminaria DustEx cumple con las más altas exigencias en instalaciones industriales y zonas de trabajo con atmósferas potencialmente explosivas.

La luminaria DustEx está diseñada para ofrecer una solución de iluminación altamente eficiente y segura en entornos clasificados ATEX. Con una estructura robusta y un diseño innovador, cumple con las más altas exigencias en instalaciones industriales y zonas de trabajo con atmósferas potencialmente explosivas.

### CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

- Estructura: Fabricada en acero galvanizado, lo que garantiza durabilidad y resistencia incluso en las condiciones más exigentes.
- Luminarias Tubulares: Incluye dos luminarias tubulares de 1500 mm, certificadas para zonas ATEX 1, 2, 21 y 22.
- Eficiencia Luminosa: Proporciona más de 25.000 lúmenes con un consumo energético de solo 130W, alcanzando una iluminación equivalente a un proyector.
- Diseño: Optimizado para evitar la acumulación de polvo y facilitar su limpieza, ideal para mantener los estándares de seguridad en entornos ATEX.

### BENEFICIOS DE LA LUMINARIA DUSTEX

- Iluminación más eficiente y uniforme: Su diseño tubular evita áreas de intensidad irregular y sombras, logrando una iluminación homogénea en todo el espacio.
- Fácil mantenimiento: El diseño tubular permite una limpieza sencilla con agua a presión, crucial en entornos industriales con presencia de polvo o suciedad.
- Certificación ATEX: Cumple con los requisitos de seguridad en ambientes explosivos, garantizando la protección en entornos clasificados.
- Menor consumo energético: Con solo 130W, reduce significativamente los costes operativos en comparación con soluciones tradicionales como los proyectores.
- Reducción del riesgo de explosión: Su diseño minimiza la acumulación de polvo, un aspecto crítico en zonas ATEX.
- Mayor durabilidad: Fabricada para soportar condiciones adversas, reduce la necesidad de reemplazos frecuentes, optimizando la inversión.

[www.airfal.com](http://www.airfal.com)

[inicio] [titulares de grupo]

## **Bombón Kapuchino, de Manuel Aldao, segundo puesto en el concurso DPS al mejor bombón artesano de España**



Manuel Aldao con su bombón K-Puchino.

Pastelería Tolosana ha participado en la segunda edición del concurso, "Mejor Bombón Artesano de España".

A esta edición se han presentado un centenar de bombones de todo el territorio nacional. El jurado compuesto por Saray Ruiz, Jordi Roca, Andrey Dubovik, Enric Monzonis, Ester Roelas y Raúl Bernal, ganador de la primera edición del certamen, han escogido el "Bombón K-Puchino", creación de Manuel Aldao de Pastelería Tolosana, como segundo clasificado.

K-Puchino, está compuesto por un toffe, una ganache de café, una nube de café y un crujiente de galleta lotus.

[www.pasteleriatolosana.com](http://www.pasteleriatolosana.com)

[inicio] [titulares de grupo]



Certest y TÜV Rheinland una sinergia de éxito.

## Certest y TÜV Rheinland, una sinergia de éxito

Certest Biotec, gracias al trabajo conjunto con el organismo notificado TÜV Rheinland, se convierte en una de las primeras empresas de España en obtener el certificado "CE IVDR" para un total de 46 de sus productos, lo que equivale a más de 575 referencias en su catálogo.

Un importante logro que refuerza su compromiso con la calidad, la seguridad y el cumplimiento normativo que no hubiera sido posible alcanzar sin el apoyo de TÜV Rheinland.

Este hito refuerza el compromiso adquirido por Certest con sus clientes, distribuidores, usuarios finales y pacientes, de ofrecerles productos de la máxima calidad, eficacia y seguridad, al tiempo que, en palabras de su CEO Nelson Fernandes: "Nos permite la mejora significativa de nuestros procesos, dándonos la oportunidad de seguir trabajando día a día para continuar siendo el referente biotecnológico en el que nos hemos convertido en estos más de 20 años de esfuerzo y trabajo".

[www.certest.es](http://www.certest.es)

[www.tuv.com/spain/es](http://www.tuv.com/spain/es)

[inicio] [titulares de grupo]

## Corona de Aragón vino oficial de la asociación de hoteles de Zaragoza y provincia para promocionar la garnacha en 2025



Nuevo vino, Corona de Aragón "La Garnacha de Goya".



Horeca Hoteles Zaragoza y la bodega Grandes Vinos promocionarán los vinos de uva garnacha.

Tras muchos años de colaboración en distintos proyectos, Grandes Vinos (D.O. Cariñena) y la Asociación de Hoteles de Zaragoza y Provincia han firmado un acuerdo de patrocinio para promocionar la Garnacha entre los miles de visitantes que visitarán la provincia en 2025, sumando así ambas su apoyo a la capitalidad mundial de la Garnacha de Zaragoza y a la elección de Cariñena como Ciudad Europea del Vino en 2025.

Desde finales de este mes los hoteles pertenecientes a la Asociación podrán agasajar a los miles de visitantes que llegarán a la provincia con un nuevo vino, Corona de Aragón "La Garnacha de Goya", un varietal de Garnacha con cuatro meses de crianza, que servirá tanto como detalle en las habitaciones, venta como souvenir o como parte de su oferta gastronómica los que tengan servicio de restauración.

El diseño de la etiqueta retoma la imagen del vino oficial de la Semana de Goya de Zaragoza y Fuentetodos que la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Zaragoza lleva impulsando varios años y en la que tanto la Bodega como la Asociación formaban parte de sus colaboradores.

Los hoteles promocionarán a su vez visitas a Grandes Vinos, con un recorrido guiado por el viñedo de exposición, la nave de depósitos, línea de embotellado, nave de barricas, sede social, claustro y museo. La visita culminará con una degustación de dos vinos de Garnacha. Los visitantes también podrán conocer Cariñena, elegida en 2025 Ciudad Europea del Vino.

Grandes Vinos elabora distintos vinos en base a la Garnacha, que prueba su versatilidad y calidad en todos ellos; desde vinos blancos a partir de la Garnacha Blanca con y sin barrica, rosados de Garnacha y tintos de Garnacha jóvenes y con distintos tipos y tiempos de crianza. La Bodega fue también pionera en lanzar el año pasado los primeros vinos sin alcohol 0,0% de Aragón, que en el caso del rosado y tinto también se elaboran en base a Garnacha.

De las 214 medallas que Grandes Vinos ha recibido en los últimos cinco años en los concursos nacionales e internacionales más prestigiosos, más del 60% son elaborados en base a la variedad reina de Aragón, en su marca Corona de Aragón, pero también en Monasterio de las Viñas y Anayón, su marca premium.

La Asociación de Hoteles de Zaragoza y Provincia por su parte integra a más de 90 empresas del sector alojativo. La infraestructura hotelera es un valor determinante para la atracción de turistas, visitantes o espectadores de eventos culturales o deportivos que se celebran en la ciudad. Con este convenio asume protagonismo para promocionar las excelencias de la provincia, en este caso de la variedad Garnacha y de su enoturismo.

[www.grandesvinos.com](http://www.grandesvinos.com)

[inicio] [titulares de grupo]

## Diez años de Care Nouveau apostando por la creatividad de los diseñadores

### CELEBRANDO UNA TRADICIÓN QUE MIRA AL FUTURO

Hace 10 años, bodegas Care decidió organizar un evento único en torno al vino nuevo del año, un vino pensado para las nuevas generaciones que comienzan a interesarse por la cultura del vino y, al mismo tiempo, para fortalecer la identidad aragonesa dentro de la tradición mediterránea. Este vino joven, de tonalidades violáceas, con gran intensidad frutal, fragancia envolvente y sabor fácil de disfrutar, se presenta como una opción ideal para cualquier ocasión y emoción.

Cada año, la bodega colabora con jóvenes diseñadores para renovar la identidad gráfica de su vino, contribuyendo así a dar visibilidad al talento aragonés y fomentar la creatividad local. Gracias a esta colaboración, se le da una nueva cara a la fiesta del vino joven, que se celebra anualmente el tercer jueves de noviembre. En esta fecha, el vino recién salido de la cepa se convierte en protagonista, un jugo de pura uva que, en menos de 90 días, pasa de la cepa a la copa.

Este año, la bodega acaba de lanzar el Care Nouveau 2024, un vino de la cosecha de 2024 que ya está disponible para disfrutar este mismo año. Como en ediciones anteriores, el objetivo sigue siendo que las "nuevas cosechas de diseño y creatividad" sean las encargadas de vestir este vino y anunciar la fiesta. En esta ocasión, el premio al mejor diseño ha sido otorgado a Christina Healy.

La identidad gráfica del Care Nouveau 2024 refleja la frescura y pureza del vino que representa. Siendo un diseño innovador y creativo que mantiene las señas de identidad de la bodega.

Ya son 10 años apostando por el talento de los jóvenes diseñadores aragoneses, un concurso que crece año tras año, valorando cada vez más la creatividad local. Este certamen cuenta con un jurado profesional compuesto por la empresa Barbacil Comunicación y la diseñadora Ana Bendicho, del Estudio Novo.

[www.bodegascare.com](http://www.bodegascare.com)

[www.barbacil.com](http://www.barbacil.com)

[www.estudionovo.es](http://www.estudionovo.es)

[inicio] [titulares de grupo]



Etiquetados premiados en estas 10 ediciones.



El diseño de Chistina Healy para Care Nouveau 2024.



Un momento de la jornada de presentación.

## Diseño e innovación al servicio de las pymes de Aragón: el CADI se afianza a base de formación, investigación y asesoramiento

El Centro Aragonés de Diseño Industrial es un organismo que depende directamente de la vicepresidencia y Consejería de Presidencia, Economía y Justicia del gobierno de Aragón, lo cual ya habla a las claras de su importancia. La innovación es su bandera y el diseño, el sector al que se dirige. Un centro a cuyos servicios puede recurrir cualquier pyme aragonesa que lo necesite.

"Seguro que hay muchas pequeñas y medianas empresas que aún no nos conocen", reconocía Elena Bernia, técnica del CADI. La presentación se llevó a cabo el pasado mes de noviembre en una jornada inaugurada por Mar Paños de Arriba, directora general de Promoción Industrial e Innovación del Gobierno de Aragón. En dicha jornada, se contó a su vez con la presencia de Nacho Lavernia, experto y reconocido diseñador, que impartió una charla sobre la importancia del diseño actual. Se presentó el estudio realizado por ITM para desarrollar conceptualmente la marca y que presentó su director, Juan Rodríguez. Por último, Justo Peña, de Activa Design, mostró las diferentes versiones del nuevo logotipo de Tolosana, y presentó la nueva marca "Trenzadas".

El CADI lleva tres décadas de servicio. "Nacimos como respuesta a un ecosistema del sector del diseño que estaba debilitado en Aragón y gracias a nuestro trabajo fuimos recomponiendo ese ecosistema", explicaba Bernia. En este sentido, se ha hecho una labor de ayudas a empresas, que incluyen formación, concienciación, asesoramiento... y también una labor de ayuda a equipos de diseño, creando un catálogo de profesionales homologados que el CADI se encarga de poner a disposición de las empresas que, en su caso, lo pudieran solicitar.

Hay ejemplos en España de centros parecidos, como el Barcelona Centro de Diseño o el IMPIVA valenciano y Aragón emerge como tercera potencia en este sentido. La directora general de Promoción Industrial e Innovación del gobierno de Aragón, Mar Paños, afirmaba: "Diría que el CADI es el único centro de estas características en España gestionado por la administración autonómica".

"Hace 20 años había una federación de centros de diseño y eso hizo que hubiera prácticamente un centro como el CADI en cada comunidad autónoma, pero eso se fue perdiendo. Nosotros teníamos diseñadores y creímos en que nuestro servicio podía ayudar", en palabras de Elena Bernia, que saca pecho de la supervivencia de este servicio en Aragón.

El CADI, con todo, se autodefine como "una herramienta básica para facilitar el objetivo de mejorar la posición de las empresas, fomentando entre ellas la adopción del diseño en el marco industrial como un valor estratégico, que proporciona innovación a los productos y a los servicios, a los soportes en que estos se presentan al mercado, y que contribuye a fijar una imagen de las empresas diferenciada y moderna, en un entorno cada vez más competitivo y globalizado".

Asimismo, busca constantemente profundizar en la utilización del diseño desde los diferentes ámbitos de la administración en

el desempeño de sus respectivos programas de actuación con relación a los ciudadanos.

"Lo que intentamos es analizar bien cada idea. Partimos de un análisis de la empresa y de su estrategia y luego ayudamos en la ejecución", remarcaba la técnica. La administración autonómica, para intentar incentivar la colaboración entre este servicio y las pymes ha llegado a incluir puntuación extra en algunas licitaciones para aquellas empresas que hayan colaborado con el CADI.

Desde el gobierno de Aragón, Mar Paños, insistió en su presentación, eso sí, en que "hay que hacer mucha pedagogía para dar a entender a las empresas que el CADI no sólo tiene que ver con la industria, que servimos a todos los sectores". "Debemos continuar apostando por el diseño puro, debemos reforzar la idea del diseño desde la estrategia y, por último, implementar soluciones destinadas a mejorar la experiencia del cliente de las empresas", explicó Paños.

La pregunta es: ¿cómo puede una empresa recurrir a los servicios de este centro de diseño industrial? El desarrollo de proyectos para empresas se basa en una comunicación entre la pyme y el CADI para definir la iniciativa innovadora que quiere conseguir. Ahí es donde podemos enmarcar el ejemplo de Pastelería Tolosana.

*(Fuente: El Español.com)*

Cadi

[inicio] [titulares de grupo]

Presentación del proyecto del CADI para Pastelería Tolosana.





La galardonada Arantxa Ezquerro.

## La aragonesa Arantxa Ezquerro, mejor diseño de vestuario en cine en los premios Yvonne Blake

Estos galardones reconocen diversas disciplinas del diseño de vestuario escénico y audiovisual.

La primera edición de los premios Yvonne Blake han tenido un toque aragonés. El galardón al mejor diseño de vestuario en cine ha sido para la zaragozana Arantxa Ezquerro por 'Teresa' que ha competido con Alberto Valcárcel por 'La Ermita' y Nerea Torrijos por 'Irati'.

La figurinista Ikerne Giménez ha recibido el premio al mejor diseño de vestuario de artes escénicas por 'Coronada y el Toro' y Juan Sebastián Domínguez en la categoría del lírico y musical por 'The Magic Opal', en la primera edición de los galardones Yvonne Blake que se han celebrado este jueves en el Museo del Traje.

Ana López Cobos ha recibido el premio al mejor diseño de vestuario en series por 'La Mesías', una categoría en la que han sido finalistas Tania Álvarez por 'La Promesa' y Elena de Lorenzo por 'La unidad (Kabul)'.

José María de Cossío (Madrid, 1947) ha recogido el premio de Honor 'Ciudad de Madrid' en reconocimiento a su destacada trayectoria profesional, donde ha sido diseñador de vestuario de más de 90 películas de Pedro Almodóvar, Carlos Saura, Imanol Uribe o Agustín Díaz Yanes.

Promovidos por la Asociación de Artistas Plásticos Escénicos y Audiovisuales de España (AAPEE), estos galardones, presentados por el modista Lorenzo Caprile y la figurinista Cristina Rodríguez, reconocen diversas disciplinas del diseño de vestuario escénico y audiovisual.

Los premios llevan el nombre de la célebre diseñadora de vestuario hispano-británica Yvonne Blake (Manchester, 1940-Madrid, 2018), presidenta de la Academia de Cine desde 2016 hasta su fallecimiento, con una larga trayectoria en las artes escénicas y audiovisuales tanto nacional como internacional.

Blake ganó el Óscar a mejor diseño de vestuario por 'Nicolás y Alejandra', Premio Nacional de Cinematografía y ha recogido cuatro Premios Goya por 'Remando al viento', 'Canción de cuna', 'Carmen' y 'El puente de San Luis Rey'.

Estos premios nacen con el objetivo de reflejar la riqueza de la profesión con las siguientes categorías: Mejor Diseño de Vestuario Audiovisual en series de ficción; Mejor Diseño de Vestuario Audiovisual en películas de ficción; Mejor Diseño de Vestuario Escénico en artes escénicas; Premio al Mejor Diseño de Vestuario en espectáculo lírico (ópera, zarzuela o musical).

La figura del premio, creado por Alessio Meloni, es una alegoría del traje de Superman, un guiño también a Yvonne Blake que creó el vestuario de la película que protagonizó Christopher Reeve.

(Fuente: *Heraldo de Aragón*)

[@aranezquerro](#)





Un momento de la presentación del proyecto, en la sede de Atades.

## Nace el proyecto PROLEGARA para la producción y puesta en valor de legumbres singulares de Aragón

El diseño desempeña un papel esencial en la puesta en marcha de proyectos como PROLEGARA, donde la producción y promoción de legumbres singulares de Aragón requiere estrategias innovadoras. Desde la planificación de cultivos diferenciados hasta la creación de redes de productores, consumidores y centros de investigación, el diseño se convierte en una herramienta clave para estructurar procesos, optimizar recursos, generar identidad de marca y comunicar de manera efectiva la singularidad de estos productos.

Este proyecto nace con la idea de crear una red de trabajo que englobe a productores, consumidores, centros de investigación y entidades que creen en otro modelo de producción de alimentos más acorde con los tiempos actuales, y que ponga en valor la biodiversidad agrícola de Aragón.

Bajo la denominación "Impulso al cultivo de comercialización de las legumbres singulares de Aragón", el proyecto está formado por 3 socios beneficiarios y 2 centros tecnológicos. Coordinado por el Centro Especial de Empleo Gardeniers, los socios beneficiarios son Gardeniers, la Asociación para la recuperación de los Olivos yermos de Oliete y Mensa Cívica. Como centros tecnológicos participan el Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (CITA) y la Fundación de Innovación y Transferencia Agroalimentaria de Aragón (FITA).

El Grupo Operativo trabajará durante más de 3 años. Ha comenzado en el segundo semestre de 2024 y concluirá en 2027. PROLEGARA va a desarrollarse en las 3 provincias aragonesas y se pone en marcha en el marco del Plan Estratégico Nacional de la PAC 2023-2027 y las subvenciones en materia de cooperación para los grupos operativos de la Asociación Europea para la Innovación. Las actividades están cofinanciadas a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER).

La sede de la Comarca de La Jacetania acogió el acto de presentación en el que han intervenido las cinco entidades que participan en el proyecto, y ha contado con la conferencia "Legumbres, cocina y salud", a cargo de Ana Ferrer, profesora del Área de Tecnología de Alimentos (Universidad de Zaragoza), miembro del Instituto Agroalimentario de Aragón (IA2) y del grupo de investigación Alimentos de Origen Vegetal (GIAOVE). Durante la jornada también participaron la presidenta de La Comarca de La Jacetania, Olvido Moratinos, y la teniente alcalde del Ayuntamiento de Jaca, Lucía Guillén.

### OBJETIVOS DE PROLEGARA

Entre los objetivos del Grupo Operativo está, además del impulso y comercialización de las legumbres, la creación de una Asociación de productores y comercializadores de legumbres singulares en Aragón para el establecimiento de las mejores opciones para su comercialización. Para ello se va a trabajar en obtener una selección de legumbres singulares de Aragón para su cultivo en las 3 provincias aragonesas, así como optimizar el cultivo y multiplicación a través de los ensayos en las distintas ubicaciones del proyecto y la creación de una red de maquinaria compartida.

De igual modo se va a centrar el foco en aumentar el número de productores y superficie de estas legumbres en todo el territorio y así poder crear la "Asociación de productores y comercializadores de legumbres singulares en Aragón". Además, se van a establecer las bases para la comercialización de estas legumbres y sus productos derivados, así como el registro de 3 variedades como variedades de conservación y el análisis jurídico para poner en marcha la estrategia de comercialización.

Este proyecto responde a la demanda de actuaciones para la puesta en valor de las legumbres singulares de Aragón en el mercado como un cultivo diferenciado y de calidad, impulsando su producción y comercialización por parte de los agricultores de la Comunidad. Mediante el desarrollo del mismo se pretende conseguir un desarrollo de la producción de calidad y ecológica de las legumbres singulares con un mayor valor nutricional y funcional

PROLEGARA pretende poner en valor de la biodiversidad agrícola aragonesa fomentando el cultivo de variedades únicas que se han dejado de producir por competencia de variedades más comerciales, manteniendo los recursos genéticos agronómicos aragoneses.

En el campo de la promoción de la agricultura sostenible y resiliente, el cultivo de variedades de legumbres tradicionales fomentará las prácticas agrícolas sostenibles. Además, se espera que el proyecto fortalezca toda la cadena de valor de las legumbres de Aragón, desde la producción hasta la comercialización, involucrando a agricultores, procesadores, distribuidores y consumidores.

#### PEPAC

Por otro lado el Grupo Operativo PROLEGARA presenta una gran sinergia con diversas medidas del PEPAC (Plan Estratégico de la Política Agraria Común de España) 2023-2027 en consonancia con el objetivo específico de modernización del sector a través del fomento y la puesta en común del conocimiento y la innovación en las zonas agrícolas y rurales, así como, promoviendo su adopción por parte de los agricultores, mediante un mejor acceso a la investigación, la innovación, el intercambio de conocimientos y la formación. El trabajo que desarrollará el grupo va a ser divulgado con diversas iniciativas con el objeto de ampliar al máximo los productores de estos cultivos de leguminosas y afianzar la biodiversidad agronómica autóctona de Aragón, a la vez de desarrollar actuaciones de comercialización para llegar a los consumidores finales y conseguir la viabilidad de estas explotaciones.

[www.cita-aragon.es](http://www.cita-aragon.es)

[inicio] [titulares de grupo]



Diseño de marca para Beonchip



La identidad visual aporta cohesión a todos los recursos y medios en los que se reconoce la marca.

## Nueva imagen de marca para Beonchip

La tecnología Organ on Chip de Beonchip está transformando la investigación biológica con dispositivos capaces de reproducir fielmente el entorno real de un órgano. Productos para laboratorio que sustituyen a los sistemas in vitro y el testeo con animales para fármacos y estudios de toxicidad.

Beonchip es una empresa pionera en esta tecnología que diseña, fabrica y comercializa estos dispositivos en España. Fundada y dirigida por reconocidos científicos, ha pasado en pocos años de startup universitaria a igualarse a los líderes europeos en su industria.

El estudio de diseño Tropical ha creado una nueva identidad de marca para la empresa, capaz de generar confianza en los nuevos compradores y aportar coherencia a todos los elementos de comunicación necesarios para consolidar su estrategia comercial.

[beonchip.com](https://beonchip.com)  
[www.tropicalestudio.com](https://www.tropicalestudio.com)

[inicio] [titulares de grupo]



Placa de inducción con extractor integrado.



Se adapta a todo tipo de cocinas.

## Placas de inducción con extractor integrado

La nueva placa con extractor integrado de 80 cm de ancho, con zona gigante de 28 cm y zona FlexInducción es perfecta para las cocinas abiertas al salón y con isla. Dos electrodomésticos en uno, sin renuncia a la máxima comodidad y diseño.

La placa de inducción con extractor integrado de 80 cm permite cocinar de la manera más flexible, gracias a la zona gigante de 28 cm y a la zona FlexInducción. Además, el extractor ocupa tan poco que apenas se ve, quedando enrasado perfectamente en el cristal de la placa. De esta manera, se pueden mover los recipientes de un lado a otro con total comodidad.

La placa con extractor integrado dispone de una zona de 28 cm que permite cocinar con recipientes más grandes, por ejemplo, paellas para toda la familia y amigos. Y una zona FlexInducción sin límites, que hace posible cocinar con recipientes de diferentes tamaños y formas. Ambas zonas cuentan con control de temperatura del aceite. Además de los modelos de 80 cm y 60 cm de ancho, como novedad, Balay también incorpora una nueva placa de inducción con extractor integrado y control de temperatura del aceite de de 70 cm, adaptándose a un mayor número de diseños de cocina y permitiendo disfrutar de lo mejor de dos electrodomésticos en uno.

Finalmente, su instalación es tan rápida como versátil, ya que se adapta a todo tipo de cocinas, independientemente de si es una cocina con isla o una cocina a pared.

Existen tres tipos de instalación y, en todos ellos la instalación es sencilla y se aprovecha al máximo el espacio de almacenaje. Además, la placa puede instalarse en un mueble de 60 cm de ancho y en encimeras con un grosor mínimo de 16 mm, adaptándose a todo tipo de diseños.

[www.balay.es](http://www.balay.es)

[\[inicio\]](#) [\[titulares de grupo\]](#)

## Shop&Roll pone en marcha un proyecto de economía circular para convertir residuos de las tiendas de Leroy Merlin en material educativo



Jornada de plantación de árboles para restaurar el espacio natural del río Jarama en Madrid, dentro del Proyecto Limpia Ríos, Salva Océanos.



Llaveros fabricados con perfiles reciclados de PVC.

Shop&Roll, marca de soluciones integrales para el equipamiento comercial del sector Retail, reafirma su compromiso medioambiental y social como línea estratégica, con el proyecto Zero Waste (Residuo Cero), junto al líder en acondicionamiento del hogar Leroy Merlin. Esta alianza sostenible aprovecha la renovación de la perfilería en los expositores de la cadena para convertirlos en material para acciones educativas en escuelas y bancos de descanso.

De esta manera, las dos compañías aplican, mediante una colaboración de economía circular, el reciclado y el aprovechamiento de material de desecho como recurso para un nuevo ciclo productivo. Aunque siempre priorizando el principio de la reducción, bajo el lema "el mejor residuo es el que no se genera".

Shop&Roll ofrece la más completa y flexible gama de soportes para colocar y comunicar la etiqueta electrónica y ha sido el suministrador escogido por Leroy Merlin para diseñar, fabricar, enviar e instalar la totalidad de elementos necesarios para la perfecta colocación de esta etiqueta en el punto de venta; desarrollo que se está llevando a cabo en tres fases en la totalidad de tiendas de esta enseña.

La etiqueta electrónica aporta importantes ventajas en la gestión comercial y la atención al cliente y también supone un beneficio para el medio ambiente al reducir el uso de papel y plástico. Además, con la innovadora iniciativa Zero Waste, las dos empresas dedicarán parte del material retirado a nuevos usos en acciones de Responsabilidad Social Corporativa, que además supondrían un ahorro del 85-90% en las emisiones de gases de efecto invernadero en la producción de material.

Es un proyecto piloto donde Shop&Roll enviará los aproximadamente 800 kilos de los perfiles de PVC retirados en los comercios de Gandía y Xàtiva, en Valencia, al centro de reciclado de proximidad CM Plastik, garantizando así un mínimo impacto en el transporte y certificado de trazabilidad de la transformación del material. Éste, con la adición de colorante, se transformará en 2.400 llaveros para la novena edición del programa de acción educativa Hazlo Verde de Leroy Merlin y dos bancos para las dos sedes de Shop&Roll en Madrid y Zaragoza.

### MENSAJE POR LA SOSTENIBILIDAD

Hazlo Verde, que este mes de octubre comenzó su novena edición, es un programa de Leroy Merlin que tiene como meta impulsar la educación medioambiental en los niños, para que adquieran conductas sostenibles y respetuosas desde edad temprana. El programa ofrece materiales didácticos adaptados para el alumnado de 1º a 6º de Primaria, E.S.O. y F.P. Básica, además de talleres medioambientales para el aula impartidos por voluntarios de Leroy Merlin. A lo largo de las ocho ediciones, Hazlo Verde ha movilizad a más de 930.000 jóvenes de 7.800 centros escolares.

Los llaveros fabricados con el material recuperado se repartirán entre los voluntarios, como una muestra práctica del



Bancos fabricados con perfiles reciclados de PVC para las sedes de Shop&Roll de Madrid y Zaragoza.

aprovechamiento de recursos que ofrece la economía circular.

Con el mismo material, se elaborarán también dos bancos que se van a instalar en las sedes de Shop&Roll, en las localidades de Villanueva de Gállego (Zaragoza) y Rivas-Vaciamadrid (Madrid), con la inscripción "El mejor residuo es el que no se genera. Banco fabricado con perfilera recuperada". Así, Shop&Roll recordará su mensaje por la sostenibilidad a todos los trabajadores y visitantes.

#### CUMPLIR CON LOS ODS DE LA AGENDA 2030

Shop&Roll ha destacado que el objetivo de este proyecto, alineado con el ODS 12 sobre Producción y Consumo responsable, es incrementar la colaboración sostenible con los clientes y desarrollar otras iniciativas. En este marco, y también con Leroy Merlin y SEO BirdLife, se ha llevado a cabo una jornada de plantación de árboles para restaurar el espacio natural del río Jarama en Madrid, dentro del Proyecto Limpia Ríos, Salva Océanos.

A través de su Departamento de Sostenibilidad, la compañía sigue avanzando en su objetivo de extender el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 a todas sus actividades, en sus tres dimensiones: medioambiental, social y gobernanza. La meta es extender la sostenibilidad a toda la labor diaria de la empresa, con actuaciones de extensión del uso de material reciclado o recuperado, ahorro energético, uso de fuentes renovables... para reducir progresivamente la huella de carbono corporativa hasta alcanzar la neutralidad. Como otra base destacada de este trabajo, se encuentran las acciones de responsabilidad corporativa y formación y sensibilización, en colaboración con organizaciones sociales y medioambientales.

Como empresa adherida al Pacto Mundial de la ONU, el grupo empresarial Shop&Roll busca así hacer negocios de forma más responsable y comprometida con la sociedad y el planeta y ayudar a que sus clientes y los consumidores sean también más sostenibles.

[www.shopandroll.com](http://www.shopandroll.com)

[www.leroymerlin.es](http://www.leroymerlin.es)

[inicio] [titulares de grupo]

## Sillón Sentra para entorno Hospitalario y Geriátrico

Desde Industrias Pardo se está en una continua dinámica de renovación de su cartera de productos, y fruto de ello ha sido la realización del nuevo sillón Sentra para entorno hospitalario y geriátrico.

Desde AM Desarrollo se ha trabajado en este nuevo producto, focalizando el trabajo en el hecho de que la comodidad también se diseña. En este diseño, uno de los puntos importantes está basado en la ergonomía del producto. Se ha aplicado el concepto de "Zero Gravity" donde la adopción de unos grados concretos en la reclinación del respaldo y posición del reposapiernas permite que el peso del torso y piernas esté equilibrado, repartiendo la presión del cuerpo sobre la superficie tapizada del sillón. En este sentido también influye la calidad del espumado y el tejido usado. El respaldo tiene un diseño con curvatura lumbar, aportando un extra de comodidad.

El modo en el que se realiza la reclinación del respaldo también ha sido objeto de estudio, de forma que al realizarse esta acción, el respaldo se separa del asiento, liberando de presión la zona lumbar.

Todo esto se sustenta sobre una estructura metálica, que ofrece una imagen diferenciadora, destacando las piezas laterales en plástico donde se integran los apoyabrazos y las palancas de accionamiento de los movimientos. Todo este conjunto ayuda a identificar y diferenciar el sillón de modelos competidores, dotando al sillón Sentra de una identidad propia, respaldando el posicionamiento de los productos de Industrias Pardo.

Los principales usuarios de este sillón son los pacientes y los acompañantes, de modo que se ha tenido en cuenta que éstos pueden ser muy variados. Por ello, los elementos para el manejo se han dispuesto en un lugar donde son accesibles para personas de diferentes estaturas, tanto si se está en posición sentado como reclinado, además de ser fácilmente reconocibles al tacto. Los apoyabrazos son regulables en altura, lo que permite al sillón adaptarse a diferentes situaciones de uso. Cuando los apoyabrazos están totalmente bajados, quedan por debajo del nivel del asiento, de modo que no son obstáculo para la transferencia de los pacientes.

Otro de los puntos importantes ha sido la imagen y el aspecto de los elementos tapizados, ya que son vitales para aportar un buen aspecto visual al producto. Se ha aplicado un sistema nuevo de costuras, haciendo que los acolchados sean más lisos y evitando que éstas puedan resultar molestas al tacto, además de facilitar la limpieza. El sillón está disponible en diferentes acabados en cuanto a tejidos y colores.

Todos estos puntos han estado consensuados con el Departamento Técnico y de Marketing con supervisiones realizadas durante el proyecto, de modo que se implementaban mejoras a medida que avanzaba el proyecto y se realizaban los prototipos para la comprobación de los sistemas.

El objetivo es lograr que la estancia en un hospital sea lo más confortable posible, por lo que a la hora de abordar el diseño



Sillón Sentra en posición reclinada.



Sillón Sentra en posición erguida.

de este tipo de productos hay que poner el foco en varios puntos. Desde todo lo que rodea al aspecto o estética general, pasando por la usabilidad, aspectos funcionales, etc.; además de tener en cuenta las necesidades de los usuarios, donde como en este caso sentirse cómodo con el producto es importante. Los productos tienen que transmitir emociones, pero éstas no solo vienen desde la estética, también hay otros aspectos, esos que no se pueden tocar ni ver, y que no percibimos en primera instancia.

[www.pardo.es](http://www.pardo.es)

[www.amdesarrollo.com](http://www.amdesarrollo.com)

[\[inicio\]](#) [\[titulares de grupo\]](#)



El tapiz 'La embriaguez de Noé' se puede contemplar, pero también tocar y escuchar a través del proyecto 'Método HAPTIC'

## Un tapiz de la Catedral de Cuenca se transforma en una maqueta táctil para personas con discapacidad visual

'La embriaguez de Noé' se ha transformado en una maqueta palpable para personas con discapacidad visual con figuras 3D policromadas en material plástico. Se encuentra junto al tapiz original en el Museo Diocesano de Cuenca. Además, se han incluido códigos QR con audiovisuales informativos sobre la obra, la técnica y el autor, e incluso un cuento para trabajar con alumnado de educación infantil y primaria.

Todos los textos se han escrito en lectura fácil para ser accesibles a cualquier persona que quiera disfrutar del arte. Se consigue así un Diseño Universal (DU) con materiales inclusivos y multisensoriales HAPTIC.

El equipo 'HAPTIC' de la UCLM ha agradecido al director del Museo Tesoro de la Catedral, Miguel Ángel Albares, la colaboración para conseguir esta pieza pionera en la ciudad, escogiendo a su vez una colección de tapices exclusiva sobre la historia de Noé, ha informado la UCLM en nota de prensa.

En concreto, 'La embriaguez de Noé' es una joya de arte sacro pintada en Flandes y donada a la Catedral de Cuenca que narra la misericordia con la que los hijos del personaje bíblico auxilian a su padre ebrio. La docente de la Facultad de Educación de Toledo, Carmen Carpio de los Pinos, lidera el proyecto con un equipo multidisciplinar que también encabezan por parte de la UCLM Ángela Celis en el área de la narración y Victoria López y Rosa María Conty en el área de sanidad para adaptar el proyecto a diversos trastornos.

En la parte de transferencia del conocimiento a la sociedad, colaboran David Martín, Puri García, Felipe Gértrudix, Francisco Javier Moreno, Herminia Cid, María Lozano y Arturo Galán. El escultor y pintor Ignacio Llamas, destacado como mejor artista español en ARCO, asesora al equipo junto a Carolina Espejo. Además, la empresa informática Endorseek apoya en el diseño gráfico de las figuras. El proyecto ya ha presentado piezas similares con pintores españoles de diferentes épocas y estilos.

En la región, destacan las obras adaptadas de El Greco en el Museo de Santa Cruz de Toledo; de Antonio López Torres en el museo de Tomelloso; de Benjamín Palencia en el Museo de Albacete o de Bartolomé Román en el Museo Provincial de Guadalajara.

Los materiales HAPTIC también incluyen la elaboración de guías de tacto, escritura en braille o lengua de signos, aplicando las nuevas tecnologías a diversos procesos, como la impresión 3D o el diseño digital.

El Método HAPTIC fue seleccionado por la Fundación General CSIC junto con la Plataforma del Español como proyecto de investigación destacado por sus criterios de oportunidad, potencialidad aplicativa, nivel de desarrollo y grado de innovación. Cuenta con el apoyo de la Fundación ONCE y su sede en Castilla-La Mancha.

Está subvencionado por la Consejería de Educación, Cultura y Deportes del Gobierno regional desde los fondos Feder para aumentar el atractivo de los museos introduciendo

herramientas digitales, en este caso, accesibles.

*(Fuente: El Día Digital)*

[www.uclmtv.uclm.es](http://www.uclmtv.uclm.es)

[www.catedralcuenca.es](http://www.catedralcuenca.es)

[inicio] [titulares de grupo]

## Zaporeak, un espacio gourmet único y funcional by HMY



Zaporeak by HMY.

HMY ha transformado el espacio de Zaporeak en un auténtico templo para los amantes de la gastronomía. Junto a Grupo Biok, ha creado un ambiente único donde la innovación y el diseño se unen para ofrecer una experiencia de compra inolvidable. Con un nuevo mobiliario combinado con P25 y estantes sublimados, han optimizado la funcionalidad y la estética de la tienda. Además, una iluminación cuidadosamente diseñada y una ambientación personalizada invitan a los clientes a explorar y disfrutar de cada rincón.

Las claves del éxito de este proyecto han sido posible gracias a la dedicación y compromiso del equipo de Norte y la célula gallega de HMY. Esta sinergia ha permitido un trabajo conjunto más eficiente y ágil, facilitando la ejecución del proyecto y convirtiendo en espacio en un referente gourmet.

[hmy-group.com](http://hmy-group.com)

[inicio] [titulares de grupo]

Zaporeak by HMY.



## Zaragoza sede de la Semana Europea de la Robótica



Imagen del evento.

Zaragoza acogió el evento central de la Semana Europea de la Robótica (ERW) de 2024, siendo la primera vez que se eligió una sede española para esta celebración.

Conferencias, talleres, reuniones o demostraciones formaron parte del programa de actividades, que se desarrolló los días 13, 14 y 15 de noviembre. Todo ello para analizar y debatir sobre una tecnología que está llamada a revolucionarlo todo.

La iniciativa fue organizada por EuRobotics, una de las asociaciones más influyentes de la comunidad de la robótica e Inteligencia Artificial en Europa, e Hisparob, la plataforma Tecnológica Española de Robótica. La capital aragonesa se ha convertido en un punto de encuentro clave para empresas, profesionales, administraciones y educadores.

Se trata de la edición decimotercera de una actividad que Eurobotics, con sede en Bruselas, lleva organizando desde 2011. «El objetivo es poner en valor y visibilizar las acciones que están impulsando diferentes agentes que apoyan la robótica desde cualquier punto de Europa y desde todos sus enfoques, tanto en la universidad o la educación como en la robótica más industrial», explica a este diario Ricardo Muñoz, miembro de la junta directiva de Hisparob y coordinador del evento.

«La robótica no se debe ver como un enemigo, sino como una herramienta transversal que va a ayudar desde la educación a la industria», apunta Muñoz, que no dudó en definir esta disciplina como el «inglés del futuro». «Nos va a permitir explicar las matemáticas o la física de una manera más divertida, más enfocadas al futuro laboral que se van a encontrar los alumnos», considera.

«Obviamente, puestos de trabajo va a quitar, pero también va a crear otros muchos. Lo que hay que hacer es adaptarse, capacitarse y prepararse para tener otras capacidades», afirma.

La elección de Zaragoza se debe, apuntó, al Instituto Tecnológico de Aragón (ITA), considerado un referente en este campo, en el que lleva trabajando en sus 40 años de historia. Muñoz también ensalza la figura de la directora deste organismo, Esther Borao, por ser precursora de la robótica educativa «cuando todo esto estaba todavía en pañales». «Zaragoza merecía poder tener un congreso de estas dimensiones», concluye Muñoz.

En las jornadas se abordaron temas tan relevantes como la educación y la ética en la robótica y la Inteligencia Artificial, así como el papel de las mujeres y las niñas en el ámbito Steam.

Entre los ponentes destacaron Concha Monge, catedrática de la Universidad Carlos III de Madrid y reconocida a nivel mundial en el mundo de la robótica, que pronunciará la conferencia inaugural. Una de las mesas. Montserrat Grañeras, responsable de la Unidad de Igualdad del Ministerio de Educación y del proyecto Alianza Steam por el talento femenino "Niñas en pie de Ciencia"; o el matemático y divulgador Santiago García Cremades.

(Fuente: *El Periodico de Aragón*)

Web del evento ERW2024

[inicio] [titulares de grupo]



Rediseño de marca: izda. marca antigua, dcha. marca nueva.



Actualización de la gráfica y logotipo y mejora en la usabilidad del envase de la Trenza de Almudévar.



Naming y diseño de marca para Trenzadas.

## Comunidad Diseña

### Tolosana estrena nueva Imagen Corporativa y lanza su nueva marca "Trenzadas"

Convencidos de que incorporar el Diseño a los negocios incrementa el valor de los productos y de sus marcas, Tolosana se embarca en este proyecto de revisión de marca y renovación de la imagen corporativa.

En Pastelería Tolosana, además, están en un proceso de relevo generacional que ha coincidido con la necesidad de actualizar la imagen corporativa y la línea de nuevos productos que han desarrollado, por lo que con este proyecto se conectan estas dos necesidades.

El relevo demanda una participación del personal interno de todas las áreas, una escucha de los clientes, y la participación de profesionales que colaboren con sus aportaciones. Un trabajo colaborativo con el fin de mejorar la marca y la empresa.

Tolosana, ha presentado su nueva Imagen Corporativa y el lanzamiento de su nueva marca "Trenzadas" fruto de un proyecto de actualización que ha sido desarrollado en colaboración con el Centro Aragonés de Diseño Industrial (CADI). Un proceso que sirve para mostrar el cambio generacional que se está produciendo y la transformación en la que se encuentra esta empresa oscense que nació en los años 30.

Se realizó un estudio inicial con un análisis interno previo de la empresa, los procesos y las funciones relacionadas con la gestión de la identidad corporativa y la marca, su estructura, la identificación de los públicos clave y la estrategia. También se realizó un análisis externo de la marca, con consulta a clientes, personal interno, proveedores, y un análisis del mercado y tendencias actuales.

El trabajo y colaboración de ITM consultores estableciendo las especificaciones del proyecto, y de Activa Design aplicando el diseño ha sido esencial.

Los trabajos de diseño han comprendido:

- Un nuevo logotipo, que cuenta con líneas más limpias, donde se ha eliminado las palabras "Pastelería" y "Panadería" para mostrar que Tolosana ahora es un concepto de gastronomía mucho más global.
- Un rediseño del packaging de la Trenza de Almudévar, con una actualización de la gráfica y logotipo y una mejora notable en la usabilidad del envase.
- Naming y packaging para la nueva marca "Trenzadas", que quiere llegar a un público más joven, y que engloba las nuevas variedades de trenzas tanto dulces como saladas, como:



Packaging de Trenzadas.

Trenza de longaniza de Graus, Trenza Toscana (de queso y salsa de pesto), Trenza de Bacalao, Trenza Taj Mahal (pollo, especias y curry), Trenza de Salmón, Trenza de Bonito, Trenza Choco Orange, Trenza de Calabaza, Trenza de Crema Tostada, Trenza Shambala y Trenza de Yogurt y Frambuesa, disponibles en las 5 tiendas físicas (Zaragoza, Huesca y Almedévar) y en la tienda online.

[www.pasteleriatolosana.com](http://www.pasteleriatolosana.com)

[itmconsultores.com](http://itmconsultores.com)

[www.activa1.com](http://www.activa1.com)

[inicio] [titulares de grupo]

### Cepsa es ahora Moeve, energía y movilidad sostenible

Cepsa ahora es Moeve. La compañía energética ha realizado un proceso de cambio de naming e identidad de marca con el que espera reforzar su compromiso con la energía y la movilidad sostenibles. Su objetivo, según asegura, es convertirse en "referente europeo de la transición energética".

"Me ilusiona comunicar el cambio de una gran marca, Cepsa, que ha estado con nosotros más de 90 años, para decirle al mundo que nos estamos transformando en otro tipo de organización, Moeve, en la que la mayor parte de su beneficio provendrá de actividades sostenibles a final de esta década", ha comentado Maarten Wetselaar, ahora CEO de Moeve, en un comunicado.

La transformación del nombre y la identidad visual, trabajada junto a la agencia Landor, suponen un paso más dentro de ese plan estratégico. Tal y como comunican desde la compañía, el naming Moeve busca transmitir movimiento, optimismo y evolución. "Un nuevo nombre diseñado para simbolizar nuestro compromiso con los clientes, los mercados y la sociedad hacia un futuro mejor", dicen.

Se trata de un cambio radical, también en el logotipo. La marca abandona el color rojo, y apuesta por el azul, y por formas más redondeadas. No obstante, las formas que antes creaban una cruz, se repositionan ahora para crear la M de Moeve y, al mismo tiempo, simbolizar una puerta. "Nuestros colores identificativos se caracterizan por los tonos inspiradores que desafían lo establecido, rompiendo con el pasado para abrir la puerta a un mundo de energía y movilidad sostenibles alineado con nuestra estrategia"; comentan desde Cepsa, ahora Moeve.

La nueva identidad se expresa con un sistema gráfico que contiene colores, texturas y dimensiones completamente diferentes y que cuenta con un diseño pensado el entorno digital. Esos colores incluyen distintos tonos de azul, el blanco, el amarillo, el verde y el rosa, estos últimos en tonalidades pastel.

La tipografía, denominada Moeve Sans, se describe como simple, cercana y optimista. Está compuesta por líneas curvas, y los ángulos se han alargado para dotar de personalidad a las letras. También se ha creado una sistema de iconos para favorecer la comunicación en plataformas online; y un conjunto de ilustraciones que reflejan a personas realizando distintas acciones.

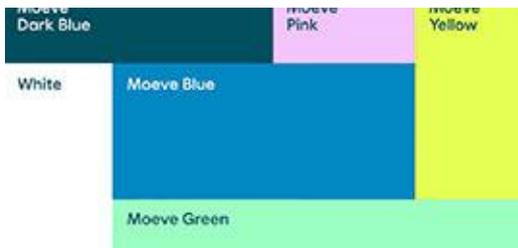
Asimismo, también ha definido su tono de voz, con características como simple, optimista, cercana, humana, pero también ingeniosa, plural y empresarial. Además, ha creado una marca sonora, para dotar de musicalidad a la marca y



Nueva imagen de marca para Cepsa, que ahora es Moeve.



La identidad transmite movimiento, optimismo y evolución.



La gama de colores se aleja del rojo anterior para encaminarse a colores luminosos y cercanos a la sostenibilidad.



Se ha creado una tipografía propia, compuesta por líneas curva y ángulos personalizados.



La campaña publicitaria ha sido ideada por Publicis España.

acompañar el nuevo logotipo.

La nueva identidad se está implementando de manera progresiva desde el mes de noviembre, y afecta a todas sus oficinas, centros corporativos y más de 1.800 estaciones de servicio en España y Portugal.

El cambio se ha comunicado a los clientes con una campaña publicitaria a nivel global, ideada por Publicis España. En ella la compañía presenta a distintas personas despidiéndose de diferentes dinosaurios, en una evidente metáfora del paso de los combustibles fósiles a las energías verdes y renovables.

*(Fuente: [www.reasonwhy.es](http://www.reasonwhy.es))*

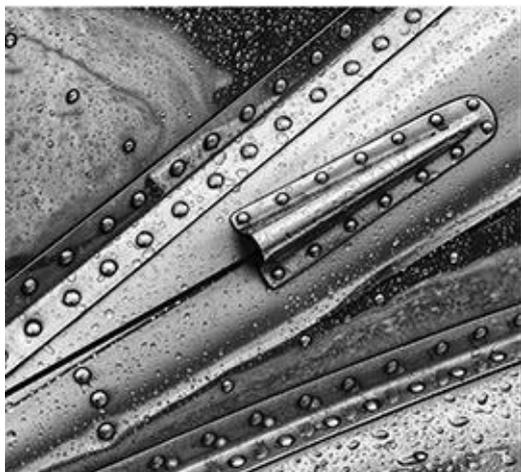
[www.moveglobal.com/es/compania/identidad-de-marca](http://www.moveglobal.com/es/compania/identidad-de-marca)

[www.landor.com](http://www.landor.com)

[www.publicis.es](http://www.publicis.es)

[inicio] [titulares de grupo]

## Diseñadora gallega crea la nueva colección de DS, inspirada en El Principito



Cada año, como las casas de alta costura, DS crea unas ediciones limitadas de los coches que tiene en mercado. La colección Saint Exupéry, fue creada para conmemorar el aniversario de la desaparición del aviador. De hecho, todo en esta colección está inspirado del universo del escritor.

El cuero es un estilo criollo, con un color que recuerda a las cazadoras de los pilotos en los años 1930-1940, un color chocolate que da calidez al habitáculo interior. "Los bordados del dashboard del coche es una técnica desarrollamos con el taller de costura y cuero interno a DS. La idea era que representara las líneas de vapor de agua que dejan los aviones el cielo", cuenta la diseñadora Noemí Cortizas.

El punto-perla, en contraste de hilo claro con la parte chocolate del cuero, está ideado para por un lado utilizar un elemento representativo del AND de la marca y, los tornillos de los fuselajes de los aviones de la época.

En cuanto a los dibujos de las partes metálicas y embellecedores de las pueras (interior y exterior), utilizan bocetos hecho por Saint Exupery que se tuvieron que adaptar y rediseñar, sin desvirtuar el material original, pero adaptándolo a las dimensiones, los utilajes industriales de fabricación.

El logotipo y grafismo principal de la colección que está presente en todos momentos es una ilustración que realizó la diseñadora. Esta ilustración, intenta "juntar" tres universos: El mundo del automóvil con sus speedforms, el avión P38 de Saint-Exupéry y las estrellas.

Por eso la forma está dibujada con líneas rápidas, la hélice del avión posicionada para parece una estrella y la forma del avión también puede ser similar a las líneas del speedform de un "concept car".

[www.dsautomobiles.es](http://www.dsautomobiles.es)

[inicio] [titulares de grupo]

## El Art Directors Club of Europe anuncia los finalistas para los Premios ADCE 2024



Las distinciones finales incluirán ganadores de Oro, Plata y Bronce, así como reconocimientos especiales

Art Directors Club of Europe (ADCE) ha anunciado los finalistas de la 33ª edición de los Premios ADCE, destacando el talento creativo entre más de 22 países.

Un jurado internacional se reunió en Barcelona los días 29 y 30 de octubre para evaluar los mejores trabajos de este año en diseño y publicidad europea, seleccionando a las obras finalistas de 2024. Los ganadores de los Oro, junto con los Special Awards y el Grand Prix, se dieron a conocer en la Ceremonia de Gala de los Premios ADCE el 22 de noviembre, durante el Festival ADCE. Las obras ganadoras de Plata, Bronce y los shortlisted se publicaron inmediatamente después de la Gala en el sitio web de ADCE.

Un total de 370 obras de 22 países europeos han sido seleccionadas como finalistas. Las distinciones finales incluirán ganadores de Oro, Plata y Bronce, así como reconocimientos especiales como los siguientes:

European Star: en honor a proyectos que reflejan valores fundamentales europeos, como la democracia, la libertad, la justicia y la paz. Genius Loci: para celebrar trabajos que capturan el espíritu de lugares específicos dentro del patrimonio cultural de Europa. Green Star: en reconocimiento a proyectos que fomentan la economía circular, la sostenibilidad o la protección del medio ambiente. Equal Star: para premiar la creatividad que desafía la discriminación y los estereotipos, promoviendo la inclusividad.

Los Premios ADCE celebran la creatividad, la innovación y los valores que caracterizan el panorama artístico de Europa. Los países que más contribuyen a esta selección incluyen a Alemania con 104 obras finalistas, España con 48, Austria con 41 y Portugal con 30.

*(Fuente: Gráfica)*

[www.graffica.info](http://www.graffica.info)

[inicio] [titulares de grupo]



HyperLoop, el tren bala de Elon Musk.

## El tren bala Hyperloop bate un nuevo récord al completar su viaje más largo de la historia

El proyecto Hyperloop, propuesto en 2013 por el empresario Elon Musk, consiste en desarrollar unos tubos sellados al vacío a baja presión para que los trenes puedan circular a una velocidad de entre 700 y 1.200 kilómetros por hora, además, utiliza un sistema de levitación magnética para impulsar unas cápsulas cilíndricas.

De cara a un futuro, este nuevo método de transporte de alta velocidad será capaz de llevar pasajeros desde Zaragoza (España) a Berlín (Alemania) en tan solo dos horas, sin embargo, antes de hacer realidad este objetivo, dicho tren bala tiene que superar una serie de pruebas. Aunque, recientemente, la Escuela Politécnica Federal de Lausana (Suiza) ha estado probando la tecnología Hyperloop a través del proyecto LIMITLESS.

Esta iniciativa mencionada es un modelo a escala 1:12 de un tren Hyperloop, con un diámetro de tubo de 40 centímetros y una circunferencia de pista de 125,6 metros. Además, el diario New Atlas revela que se han realizado un total de 82 pruebas a solo 50 milibares de presión. De ellas, en la prueba más larga, la cápsula recorrió 11,8 kilómetros y en su prueba más rápida alcanzó una velocidad máxima de 40,7 kilómetros por hora. Por lo tanto, estas cifras dan a entender que es la distancia más larga recorrida por una cápsula de vacío hasta el momento. No obstante, si se amplía este récord, sería el equivalente a 141,6 kilómetros, mientras que el tren alcanzaría una velocidad máxima de 488,2 kilómetros por hora. New Atlas añade que, si bien aún queda mucho trabajo por hacer, las pruebas LIMITLESS muestran que Hyperloop aún tiene posibilidades de acelerar los viajes de larga distancia.

El tren Hyperloop tiene competidor en Europa IronLev se adapta a las vías tradicionales y consigue levitarse al crear una bolsa de aire entre los patines del tren y los carriles de la vía. Sus patines tienen forma de 'u' invertida para envolver a los carriles de la vía, de esta manera, al tener este tipo de forma, el tren queda flotando sin necesidad de electricidad porque utiliza un sistema magnético. IronLev fue testado en una ruta de Adriá-Mestre de dos kilómetros de distancia, cuya velocidad fue limitada a 70 kilómetros por hora. Sin embargo, la velocidad máxima que, en teoría, puede alcanzar son 500 kilómetros por hora.

*(Fuente: 20minutos)*

[\[inicio\]](#) [\[titulares de grupo\]](#)

## La revolución de las tiendas de campaña se fabrica en España



De lejos, su imagen recuerda a un campamento de tiendas de campaña clásicas, solo que con mayores dimensiones, más comodidad y durabilidad



Madera, vidrio y lona son los tres principales materiales que conforman las tiendas de campaña de Canobardin.



Los poco más de 30 metros cuadrados de la estructura permiten incluir sala de estar con cocina y dos habitaciones, además del baño y la ducha.

Fabricadas con madera de pino, lonas y vidrio, tienen una treintena de metros cuadrados en su interior. Cuentan con cocina, sala de estar, baño y dos habitaciones, además de una terraza exterior. No necesitan cimientos y se construyen como se monta un mueble de Ikea. Son las tiendas de campaña prefabricadas diseñadas por el estudio Canobardin, impulsado por el matrimonio formado por Bárbara Bardin y Julio Cano. Inspiradas en la arquitectura tradicional, suponen una clara apuesta por renovar la estética del sector del camping a partir del uso de materiales naturales. Estas estructuras ya se pueden disfrutar en el nuevo Costa del Sol Glamping Village de Fuengirola y el Tamarit Beach Resort en Tarragona, donde se han integrado como parte del paisaje. "Lo más importante es que se mezclen con el entorno que les rodea", asegura Bardin.

Tras pasar por el estudio Selgascano, ambos arquitectos decidieron montar el suyo propio en 2014. Ahí empezaron con distintos proyectos relacionados con la construcción, el interiorismo y el diseño de mobiliario. En 2018 recibieron una petición singular. El propietario del camping de Fuengirola les encargó la remodelación del recinto y su adaptación a la nueva normativa andaluza. "Nos interesaba mucho porque era una forma de trabajar diversos aspectos, del urbanismo a los espacios comunes y el paisajismo. Era como hacer un pueblito y nos implicamos en todo", explica Barbara Bardin. A pesar de que la pandemia –que ha revolucionado el sector– se cruzó por medio, el proyecto avanzaba bien hasta que llegó la hora de comprar los nuevos alojamientos. El mercado les ofrecía muchas mobile homes, pero ellos querían algo que cuidara más la estética. Bucearon entre posibilidades de cabañas, todas fabricadas en Francia y Países Bajos y siempre parecían sacadas de un safari por la sabana africana. Entonces dieron un paso adelante. "Sabíamos los precios de esas opciones, así que con ese presupuesto pensamos que podíamos diseñar nuestra propia tienda de campaña. Hablamos con el cliente para ver si les parecía bien que les hiciéramos la propuesta y nos dieron luz verde", relata Julio Cano. Era noviembre de 2022 y se pusieron manos a la obra con una inversión propia.

La idea base sobre la que empezaron a trabajar fue que la imagen debía ser la de una tienda de campaña. Se fijaron en el modelo clásico canadiense y dibujaron un prisma triangular. A partir de ahí, tiraron de su propia experiencia con madera de pino laminada que habían usado para un parque infantil en Bilbao y el desarrollo del mobiliario para las floristerías Mon Parnasse.

De lejos, su imagen recuerda a un campamento de tiendas de campaña clásicas, solo que con mayores dimensiones, más comodidad y durabilidad. El espacio interior es un rectángulo de seis por cuatro metros. Dispone de una zona común donde hay un sofá y una sencilla cocina que incluye nevera, placa de inducción y pila para los platos. Un tabique técnico –que esconde todo el cableado, el saneamiento del baño y las tuberías de agua– separa el dormitorio principal. En él hay un pequeño aseo a un lado y una pequeña ducha al otro, cuyo plato es un tablero fenólico para resistir la humedad. Justo encima de la habitación hay otro dormitorio, en una segunda altura, que incluye dos camas a las que se accede por una escalera de barco. Su altura en el punto medio es de 1,80



Además de la madera laminada de pino, utilizan contrachapado para el cerramiento de la fachada frontal y la trasera. Una doble lona ejerce de pared en los laterales

metros, para que una persona pueda estar de pie. En el exterior hay una pequeña terraza con una mesa y cuatro sillas. El mobiliario, elegido por el estudio, procede de Muebles Lufe, con sede en Gipuzkoa.

Además de la madera laminada de pino, utilizan contrachapado para el cerramiento de la fachada frontal y la trasera. Una doble lona ejerce de pared en los laterales. La exterior es impermeable, como la de un camión. La interior, compuesta por algodón y poliéster, es transpirable. El espacio intermedio permite que el aire circule para evitar un posible efecto invernadero y, además, sirve para ocultar elementos como el termo de 80 litros y la máquina de aire acondicionado. También hay una ventana en la habitación principal que facilita la ventilación cruzada. Su instalación no necesita cimientos: las piezas llegan en palets y luego se montan como un mueble de Ikea. "En dos días está lista", asegura Cano.

Sus tiendas de campaña, denominadas comercialmente TipTop Tents, ofrecen tres modelos del mismo diseño: el pequeño, el mediano –como el instalado en Fuengirola– y uno más amplio, que ha sido el elegido para Tarragona y dispone de algunos metros cuadrados más así como algún servicio extra en la cocina.

*(Fuente: el País)*

[tipitoptents.com](http://tipitoptents.com)

[inicio] [titulares de grupo]

## Nace en Elisava el primer grado en "Diseño para Sistemas Alimentarios" en España



Una de las formaciones con diseñadores con un perfil transdisciplinar en la intersección entre el diseño y la alimentación.

Elisava, Facultad de Diseño e Ingeniería de Barcelona junto con el CETT, Barcelona School of Tourism, Hospitality and Gastronomy, presenta el Grado en Diseño para Sistemas Alimentarios, la primera titulación en España que integra diseño, gastronomía y sostenibilidad en una oferta educativa revolucionaria. Esta titulación, creada en colaboración con la Universitat de Vic – Universitat Central de Catalunya (UVic-UCC) y la Universitat de Barcelona (UB), representa una alternativa innovadora y socialmente responsable para los diseñadores que buscan explorar nuevas áreas de impacto.

Mariana Eidler responsable del grado por parte de Elisava y Vinyet Capdet responsable del grado por parte del CETT, responsables del Grado en Diseño para Sistemas Alimentarios en Elisava, subrayan que "el diseño es una nueva vía de expresión para la gastronomía, basada en la innovación y en la sostenibilidad alimentaria". Según Eidler, el programa no solo busca dar respuesta a las necesidades actuales de la industria, sino también adelantarse a ellas mediante un enfoque práctico y comprometido que se adapta a las nuevas demandas del mercado y de la sociedad.

### UN ENFOQUE TRANSVERSAL PARA UN CAMBIO DE PARADIGMA

El Grado en Diseño para Sistemas Alimentarios surge como respuesta a una demanda que trasciende la mera creación de productos. Este programa educativo está diseñado para formar diseñadores que puedan aplicar sus conocimientos en todas las etapas de la cadena alimentaria: desde la producción y procesamiento de alimentos hasta su distribución, consumo y la gestión de residuos. Con una perspectiva que une diseño, tecnología y sostenibilidad, esta titulación ofrece a los estudiantes una formación integral que prepara a profesionales capacitados para abordar los desafíos de los sistemas alimentarios contemporáneos.

[www.elisava.net](http://www.elisava.net)

[inicio] [titulares de grupo]

## DESIGN+RS for Valencia

Una de las formaciones con diseñadores con un perfil transdisciplinar en la intersección entre el diseño y la alimentación.

### Más de 200 propuestas solidarias en Designers for Valencia

La iniciativa Designers for Valencia lanzada por Gràffica para apoyar a los afectados por la reciente riada en Valencia ha sobrepasado todas las expectativas. A día de hoy, el proyecto ha recibido más de 200 propuestas de diseño, provenientes tanto de toda España como de países tan lejanos como Colombia, Argentina y México. "Estamos realmente emocionados por la respuesta, también superados, y nos gustaría en breve poder controlarlo todo para poder dar más información sobre a quién ha afectado y cómo poder ayudarles"

El equipo de Gràffica está trabajando intensamente para organizar el material recibido, tanto en formato digital para su reproducción y venta como en piezas originales, lo que permitirá canalizar los fondos recaudados a las organizaciones que asisten a los damnificados. Gràffica agradece enormemente el esfuerzo de cada colaborador, ya que la cantidad de propuestas ha desbordado sus expectativas y se encuentran intentando responder a todos los participantes y organizando el material.

Gràffica sabe que muchos diseñadores, imprentas, encuadernadoras y empresas vinculadas a la industria del diseño han sufrido inundaciones y necesitarán apoyo material y económico para reanudar su actividad. Por ello, es fundamental contar con información precisa sobre quiénes han sido afectados y en qué medida.

Esta respuesta solidaria también llega en un momento complicado para Gràffica, que se ha visto afectada directamente por la situación. "Nosotros también hemos sufrido daños: teníamos un libro en producción que se ha perdido, y estamos teniendo problemas para enviar la revista, que se salvó por los pelos, ya que el centro logístico de Correos en Valencia también está afectado".

La respuesta del sector, sin embargo, reafirma la fuerza y la solidaridad de la comunidad creativa. Desde Gràffica seguirán trabajando para canalizar esta ola de apoyo y llevar la ayuda a quienes más lo necesitan en estos difíciles momentos.

[www.graffica.info](http://www.graffica.info)

[inicio] [titulares de grupo]



## Formación

### IED Creative Workshop

Fechas: 21 Febrero 2025

Durante dos horas intensas, te embarcarás en un emocionante taller transversal que abarca diversas disciplinas del diseño, transformando ideas en realidad. Cada equipo trabajará en la creación de objetos únicos y en su aplicación visual, culminando con la presentación de sus proyectos en un showroom.

Después de completar los talleres, se capturarán imágenes de los diseños y se procesarán con IA, generando imágenes fotorrealistas. Estos talleres son presenciales, en español y están dirigidos a jóvenes de 15 a 18 años..

[www.ied.es](http://www.ied.es)

[inicio] [titulares de grupo]



## Curso de 3D Printing Innovation

Fechas: del 30 de junio al 11 de julio 2025

Idioma: inglés

En los últimos años, la impresión 3D se ha convertido en una tendencia transformadora, evolucionando desde pequeñas impresoras de escritorio hasta aplicaciones a gran escala en la construcción de estructuras arquitectónicas. La arquitectura y el diseño, como disciplinas, siempre han estado estrechamente ligados a las tecnologías de su época, adaptándose y evolucionando con ellas.

Este curso inmersivo combina teoría y práctica para explorar las posibilidades de la fabricación digital sostenible aplicada al diseño y la construcción, enfocándose en el uso de tecnologías de impresión 3D a gran formato. Dirigido a estudiantes de arquitectura, ingeniería y diseño, el taller ofrece acceso a tecnologías avanzadas como impresión 3D con plásticos reciclados, ensamblaje robótico e inteligencia artificial aplicada al diseño.

[www.elisava.net](http://www.elisava.net)

[inicio] [titulares de grupo]



## Curso Futures Thinking for Entrepreneurship, Innovation and Strategy

Fechas: del 7 al 11 de julio 2025

Idioma: inglés

Futures Thinking es una práctica emergente que abarca la prospectiva estratégica, el diseño de futuros (diseño especulativo y diseño de ficción) y la planificación estratégica. Este término ha estado creciendo en popularidad como un acercamiento a la innovación, a la iniciativa empresarial y al pensamiento estratégico, y ha sido utilizado para proteger empresas contra las crisis globales y riesgos económicos. También se usa como herramienta para desarrollar productos, servicios innovadores y nuevas propiedades intelectuales.

Si se utiliza con eficacia, este aprendizaje puede ser muy útil para identificar riesgos y oportunidades y permitir a las empresas introducirse en nuevos mercados mucho antes que la competencia. También puede utilizarse para analizar futuras disrupciones del mercado, transformar mentalidades y culturas, planificar finanzas y recursos, identificar y evaluar tecnologías emergentes y preparar a organizaciones y sociedades para futuras amenazas y oportunidades.

[www.elisava.net](http://www.elisava.net)

[inicio] [titulares de grupo]

### Concursos

#### Reddot Award

Fecha límite: 12 de marzo de 2025.

El concurso de diseño Red Dot Award: Product Design 2023, uno de los más populares de la industria, abrió su período de inscripción el pasado 12 de octubre.

Creado en Alemania en la década de 1950 y con más de 20.000 entradas a lo largo de su historia, el Red Dot es uno de los concursos de diseño más grandes del mundo. Este año nuevamente, los participantes que presentan productos inteligentes e innovadores pueden enviar sus objetos para una evaluación por separado. Todos los diseñadores, estudios y fabricantes que quieran optar al famoso topo rojo para distinguir sus productos deberán presentar las candidaturas antes del 17 de enero de 2025.

[www.red-dot.org](http://www.red-dot.org)

[inicio] [titulares de grupo]



## Consentino Design Challenge abre las inscripciones para su 19ª edición 2025

Fecha límite: 1 de junio de 2025.

En esta 19ª edición de Cosentino Design Challenge, Concurso Internacional de Diseño, propone a los estudiantes reflexionar sobre: "Cosentino y la Naturaleza: Diseño Biofílico", con el objetivo de buscar la integración de elementos naturales en espacios urbanos para promover un mayor bienestar y una sostenibilidad real.

CDC deja total libertad a los estudiantes para desarrollar sus ideas con un único requisito, que el proyecto final incluya al menos alguna de las innovadoras superficies que Cosentino ofrece al mundo de la arquitectura y el diseño, Silestone®, Dekton® y/o Sensa by Cosentino®

La finalidad de los concursos Cosentino Design Challenge es promover entre los estudiantes, la investigación sobre distintos planteamientos conceptuales en torno a la configuración de espacios, a los materiales y sistemas constructivos que los definen, a través de la experimentación con los productos de la empresa Cosentino.

[www.cosentino.com](http://www.cosentino.com)

[inicio] [titulares de grupo]

## James Dyson Award

Fecha límite: 16 de julio de 2025.

El James Dyson Award es un concurso que te ofrece la oportunidad de abrirte camino como inventor. Además de ganar un significativo premio en efectivo, puedes conseguir una exposición mediática que te ayudará a impulsar tu carrera profesional, recibir el reconocimiento de tus colegas y tal vez desarrollar la confianza necesaria para iniciar tu propio negocio. Inscribirse es muy sencillo.

[www.jamesdysonaward.org](http://www.jamesdysonaward.org)

[inicio] [titulares de grupo]

## Libros y publicaciones

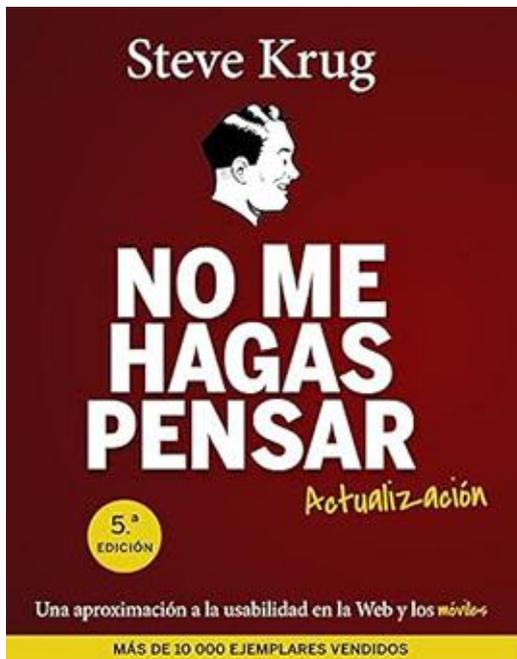
### No me hagas pensar

Autor: Steve Krug

Editorial: ANAYA MULTIMEDIA

Cientos de miles de diseñadores y desarrolladores web se han basado en la guía del gurú de usabilidad Steve Krug para ayudarles a entender los principios de la navegación intuitiva y diseño Web. Un libro eminentemente práctico, uno de los más

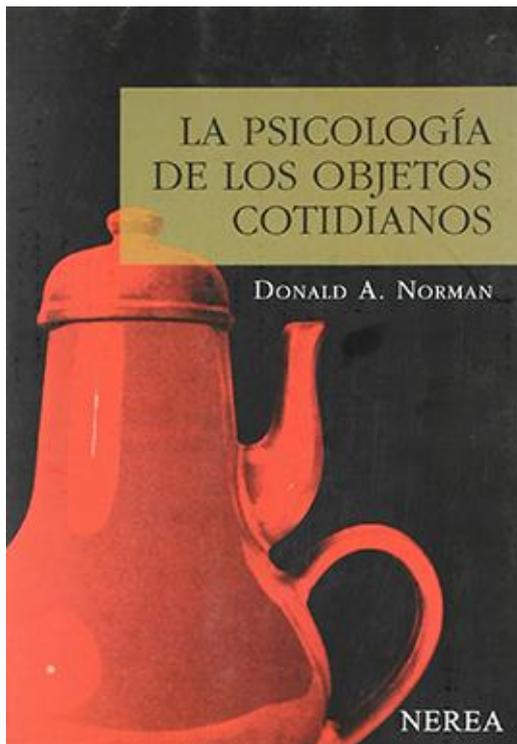




queridos y recomendados sobre el tema. Ahora Steve regresa con nueva perspectiva para reexaminar los principios Web actualizados y un nuevo capítulo de usabilidad móvil. Profusamente ilustrado... y lo mejor de todo divertido de leer. Si lo ha leído antes, encontrará una nueva visión de los principios esencial para los diseñadores Web y desarrolladores de todo el mundo. Si nunca lo ha leído, verá por qué tantas personas han dicho que debería ser lectura obligatoria para cualquiera que trabaje en sitios Web.

[www.anayamultimedia.es](http://www.anayamultimedia.es)

[inicio] [titulares de grupo]



### La psicología de los objetos cotidianos

Autor: Donald A. Norman

Editorial: NEREA

¿Por qué los teléfonos modernos tienen teclas que no sirven para nada? ¿Por qué no se sabe, con frecuencia, si para abrir una puerta hay que empujar, o tirar, o si se trata de una puerta deslizante? ¿Por qué es tan difícil entender un manual de instrucciones? Con muchos ejemplos similares y en clave de humor, Donald A. Norman, uno de los psicólogos más imaginativos de las últimas décadas, analiza los problemas del diseño de los objetos que nos rodean en la vida cotidiana y el tipo de conocimiento que cada uno requiere. La obra es también una amena y lúcida lección de psicología que utiliza el diseño como excusa.

[www.casadellibro.com](http://www.casadellibro.com)

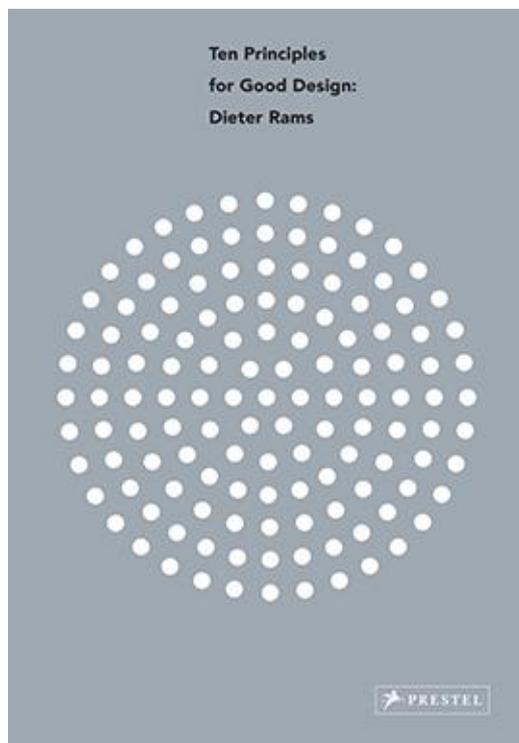
[inicio] [titulares de grupo]

### Ten principles for good design

Autor: Dieter Rams

Editorial: Prestel

Exquisitamente producido para reflejar la filosofía estética de Dieter Rams, este libro presenta lo más destacado de una carrera de cuarenta años diseñando productos de consumo icónicos que mejoran nuestra vida cotidiana. Durante décadas, todo aquel que se preocupaba por el diseño de productos se



fijaba en la marca Braun a la hora de elegir sus electrodomésticos, radios y otros artículos de consumo. Ahora Dieter Rams, presenta la guía donde se ve la fuerza de imagen de Braun, desglosa sus principios y procesos de diseño en este elegante libro. Enumerando cada uno de sus diez principios, como el buen diseño es innovador, el buen diseño es estético, el buen diseño es útil, etc., este libro presenta cien artículos que encarnan estas directrices. Los lectores encontrarán objetos familiares, como el omnipresente molinillo de café, pero también otros más inusuales, como estanterías o mecheros. Un fascinante ensayo sitúa a Dieter Rams en el contexto del diseño moderno, desde la Bauhaus hasta Philip Johnson. El material de archivo incluye fotos del equipo de diseño de Rams y extractos de sus publicaciones y discursos. El libro concluye con una visión cronológica de los iconos del diseño, clasificados por función, que muestran la enorme amplitud de la visión de Rams.

[www.Prestel.com](http://www.Prestel.com)

[inicio] [titulares de grupo]

# Miguel Milá

## Lo esencial

El diseño  
y otras cosas de la vida

Lumen



### Lo esencial. Una guía de diseño para la vida

Autor: Miguel Milá

Editorial: Lumen

¿Cuándo diseño? Siempre. Sus lámparas, sus sillas de caña o sus icónicos bancos barceloneses forman ya parte de nuestro imaginario, pero su obra es mucho más amplia, atenta siempre a las necesidades humanas y con un profundo sentido de la funcionalidad y de la estética. Miguel Milá ha sido también un ecologista avant la lettre y un defensor de «lo esencial» y de la «emoción» como elementos decisivos a la hora de diseñar. Ha habido libros que estudian y analizan su obra, y un importante documental, pero nunca antes un «Milá por Milá». En Lo esencial, Milá habla de sí mismo, de su obra, sus principios y sus ideas, pero también de su familia (tan vinculada a la historia de Barcelona), de su propia vida y de la educación de sus hijos. Este no es un libro para diseñadores, o solo para diseñadores, los prácticos consejos de este premiado artista que se define a sí mismo como «inventor y bricoleur» pueden cambiar nuestra vida cotidiana, del mismo modo que, para distintos tipos de lectores, lo han hecho los consejos de Ferrán Adrià o las reglas de Marie Kondo. Este es un libro indispensable para repensar nuestro mundo personal; para rodearnos de objetos útiles y bellos («Una lámpara está mucho más tiempo apagada que encendida», nos recuerda Milá); para reconocer las aberraciones del diseño (como los lavabos o los platos cuadrados); para reconocer lo verdaderamente importante («Lo sencillo es complejo de conseguir»); para saber vivir en armonía con los elementos y la naturaleza, pero también con los demás, empezando por nuestra propia familia («Sé útil y te utilizarán»).

[www.casadellibro.com](http://www.casadellibro.com)

[inicio] [titulares de grupo]



## Vivir del diseño. instrucciones para gestionar tu negocio creativo

Autor: Ana Gea Sanchez  
Editorial: Gráfica

En este libro se detallan todas las claves que te permitirán convertir en un negocio tu profesión creativa. «No esperes encontrar en estas páginas verdades absolutas, esas, rara vez se vislumbran en la vida. En este libro encontrarás maneras de hacer, conocimientos que te abrirán puertas, consejos, reflexiones y pistas. Muchas pistas de las realidades de todo aquello que engloba el día a día en los oficios creativos», escribe Ana Gea en la introducción del libro que ha ido gestando durante toda su carrera profesional. A lo largo de 350 páginas se abordan cuestiones prácticas como la búsqueda de empleo, cómo ser freelance, cómo gestionar un estudio de diseño, cómo buscar clientes, promocionarse, posicionarse, dirigir equipos de trabajo, calcular presupuestos o hacer un contrato entre otras materias. También se abordan otros aspectos relevantes como la toma de decisiones, los retos, los cambios, la gestión de las relaciones, la soledad, la crítica, el ego, o la empatía. En definitiva, las realidades de todo aquello que engloba el día a día en los oficios creativos. Y otras cuestiones relacionadas con la gestión de la creatividad y las maneras de ejercer la profesión que es importante tener en cuenta y a menudo caen en el olvido. El contenido del libro ha sido creado con la intención de compartir conocimientos y experiencias que puedan ser de utilidad para los profesionales que forman parte del sector de la creatividad.

[www.graffica.com](http://www.graffica.com)

[inicio] [titulares de grupo]

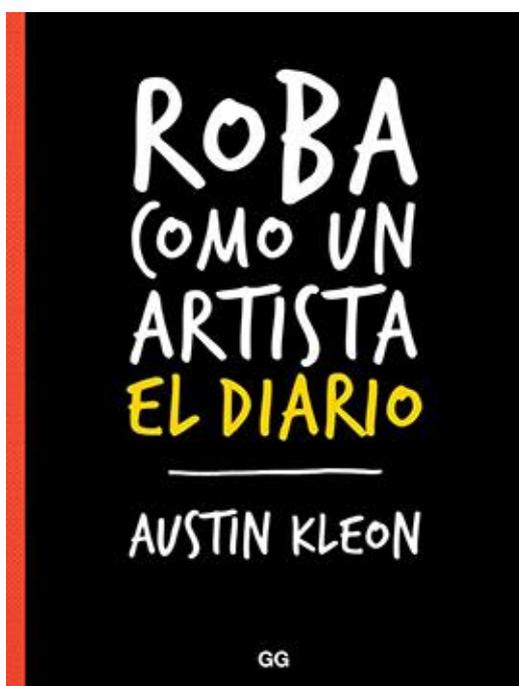
## Roba como un Artista

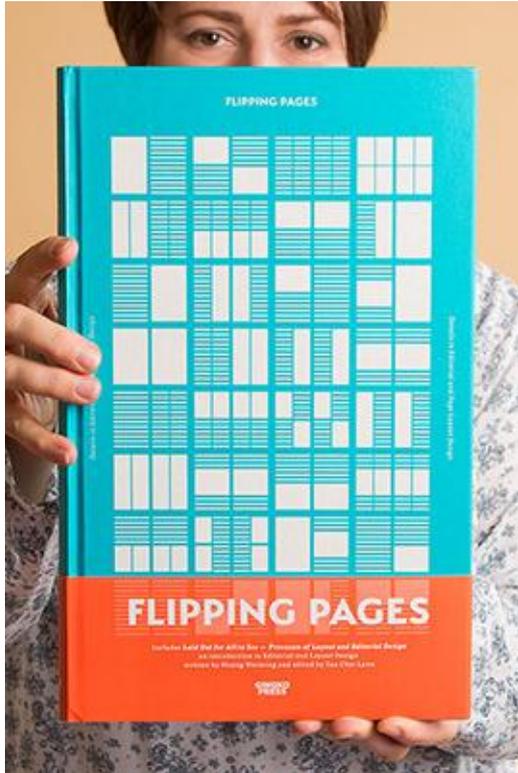
Autor: Austin Kleon  
Editorial: GG

Roba como un artista presenta diez principios que ayudarán a los lectores a descubrir su lado artístico y a tener una vida mucho más creativa. Nada es original, así que es mejor aceptar las influencias, aprender del trabajo de los demás y mezclarlo con el tuyo. Reimagina y descubre tu propio camino, sigue tus inquietudes hasta donde te lleven; descubre qué se siente al convertir un hobby en una forma de vida. Olvídate del viejo cliché de escribir acerca de lo que es trascendental: escribe el libro que te gustaría leer y la película que te gustaría ver.

[www.editorialgg.com](http://www.editorialgg.com)

[inicio] [titulares de grupo]





## Flipping pages

Autor: Huang Weiming & Tan Cher Lynn

Editorial: Gingko Press

Explorando el diseño de la maquetación desde dentro hacia fuera, Flipping Pages ofrece una mirada perspicaz a lo que hace que el diseño de un libro sea realmente especial. Este útil libro comienza con su capítulo más práctico. En él se explican en detalle los elementos de un diseño de maquetación óptimo, desde la simetría hasta la composición, el uso de cuadrículas y reglas de párrafo, y las mejores prácticas para los archivos listos para producción. A continuación, el libro ofrece abundante material en el que los diseñadores pueden inspirarse. Se ofrecen secciones con ejemplos de maquetación de primera categoría, tanto con sistemas de cuadrícula superpuestos como sin ellos. Por último, el libro ofrece un glosario de términos seguido de recursos sobre encuadernación, plegado y tamaño del papel.

[www.ivorypress.com](http://www.ivorypress.com)

[inicio] [titulares de grupo]

## Eventos

### Madrid Design Festival 2025

Fechas: 6 de febrero - 15 de marzo 2025

Lugar: Madrid

La 8ª edición de Madrid Design Festival impulsa el diseño como herramienta de cambio, transformación y desarrollo social.

Cerca de 200 actividades, 20 exposiciones y más de 80 espacios OFF, Open Studios y showrooms proponen una programación articulada en diferentes bloques estratégicos:

Madrid Diseña  
Tejiendo Redes  
Diseñoesfera  
El origen  
La luz

[www.madriddesignfestival.lafabrica.com](http://www.madriddesignfestival.lafabrica.com)

[inicio] [titulares de grupo]





## DiseñaFest 2025

Fechas: 3 y 4 de marzo de 2025

Lugar: Escuela Superior de Diseño de Aragón

DiseñaFest es un festival de Moda y Diseño organizado por la Escuela Superior de Diseño de Aragón donde se combinan aprendizaje y ocio.

Con más de treinta actos programados, DiseñaFest se posiciona como el mayor evento de diseño que se celebra en Zaragoza.

[www.diseñafest.es](http://www.diseñafest.es)

[inicio] [titulares de grupo]



## IV ESDA Desis Social Design Days

Fechas: 13 y 14 de marzo de 2025

Lugar: Escuela Superior de Diseño de Aragón

Los días 13 y 14 de Marzo, se celebrará la cuarta edición de los ESDA DESIS Social Design Days, con expertos internacionales que darán charlas, talleres y darán feedback a los alumnos sobre los mejores proyectos de diseño social que se han realizado en la ESDA el último curso. También se realizará una performance en el barrio de San Pablo de Diseño Activista por la Paz.

[www.esda.es](http://www.esda.es)

[inicio] [titulares de grupo]

### DEPARTAMENTO DE PRESIDENCIA, ECONOMÍA Y JUSTICIA

CENTRO ARAGONÉS DE DISEÑO INDUSTRIAL

C. Monasterio de Samos s/n

(Edificio antiguo matadero)

50013 Zaragoza

El Centro Aragonés de Diseño Industrial en cumplimiento de la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSICE), del Reglamento General de Protección de Datos (Reglamento 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo (RGPD)) y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, garantiza la total privacidad de los datos personales de nuestros usuarios.

Para darse de baja de la suscripción

[\[haga click aquí\]](#)

